

ВУЗ

студентам
высших
учебных
заведений

Т.В. ЕМЕЛЬЯНОВА В.П. КРАВЧЕНКО

Экономика общественного питания



Т.В. ЕМЕЛЬЯНОВА В.П. КРАВЧЕНКО

Экономика общественного питания

Утверждено
Министерством образования Республики Беларусь
в качестве учебника для студентов учреждений,
обеспечивающих получение высшего образования
по специальности «Экономика и управление
на предприятии»



Минск
«Вышэйшая школа»
2008

УДК 640.43:658(075.8)

ББК 65.431я73

Е 51

Р е ц е н з е н т ы: кафедра экономики торговли Белорусского государственного экономического университета; *А.Г. Ефименко*, канд. эконом. наук, доцент, заведующая кафедрой экономики и организации производства Могилевского государственного университета продовольствия

Все права на данное издание защищены. Воспроизведение всей книги или любой ее части не может быть осуществлено без разрешения издательства.

Емельянова, Т. В.

Е 51 Экономика общественного питания: учебник / Т. В. Емельянова, В. П. Кравченко. — Минск: Выш. шк., 2007. — 383 с.

ISBN 978-985-06-1402-5

С учетом новых нормативных документов рассматриваются вопросы экономики организаций общественного питания. На практических примерах приводятся методики анализа и планирования показателей деятельности организации с ориентацией на повышение эффективности и конкурентоспособности. Содержатся тесты для самоконтроля знаний.

Для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Экономика и управление на предприятии», учащихся колледжей, работников организаций общественного питания, преподавателей и аспирантов вузов. Может быть применено в системе повышения квалификации руководящих работников и специалистов.

УДК 640.43:658(075.8)

ББК 65.431я73

ISBN 978-985-06-1402-5

© Емельянова Т.В., Кравченко В.П., 2007

© Издательство «Вышэйшая школа», 2007

Предисловие

Основной целью изучения курса «Экономика общественного питания» является формирование у студентов современного экономического мышления и системы специальных знаний в области анализа и планирования экономических показателей хозяйственной деятельности организаций общественного питания.

Учебник по курсу «Экономика общественного питания» разработан в соответствии с программой курса и предназначен для изучения предусмотренного программой материала, а также для организации управляемой самостоятельной работы студентов, контроля и самоконтроля знаний путем тестирования.

Цель учебника – привить студентам специальности «Экономика и управление на предприятии» умение и навыки анализа и планирования показателей торгово-производственной деятельности организаций общественного питания, научить творчески подходить к решению практических задач, самостоятельно принимать решения по вопросам повышения эффективности и конкурентоспособности организаций общественного питания.

Данный учебник является комплексным и включает изложение содержания тем курса, комплекс тестов, глоссарий.

Глубина усвоения сущности и содержания основных терминов и понятий изучаемого курса, приемов и методов анализа и планирования во многом зависит от эффективности контроля знаний. Для проверки знаний на занятиях, а также для самоконтроля предлагаются тесты. Тестирование может использоваться как перед началом семинарского или практического занятия, так и после завершения изучения темы для оценки усвоения знаний.

В учебнике используются три вида тестов:

- тесты, содержащие вопрос или ситуационную задачу и несколько вариантов ответов, среди которых лишь один правильный;
- «правда – ложь» – тесты, в которых необходимо определить истинность или ложность экономических категорий или ответов на небольшие по объему задачи или вопросы;

- тесты, содержащие небольшой словарь терминов по теме, который необходимо увязать с приведенными определениями терминов.

При ответе на вопросы тестов первого вида следует выбирать один наиболее полный и правильный вариант ответа. Неполный ответ на вопрос не является правильным, поэтому следует внимательно изучать все варианты ответов.

Варианты решения задач, включенных в тесты, построены с учетом наиболее типичных ошибок, которые допускают студенты при решении исходя из принципа «кажущейся истинности», поэтому выбор правильного варианта предполагает точное знание студентом методики расчетов того или иного показателя или фактора. Тесты первого вида более трудоемкие по сравнению с остальными, и для ответа на них требуется 10–15 минут.

В тестах второго вида (правда – ложь) необходимо решить, можно ли считать предложенное высказывание правильным.

В тестах третьего вида содержится десять определений экономических категорий и 15–20 терминов и понятий к каждому определению или высказыванию. Необходимо подобрать соответствующий термин.

Тесты второго и третьего видов менее трудоемки. Контрольное время для их заполнения 5–10 минут.

После тестирования студентов преподаватель может провести краткое собеседование с ними, узнать мотивацию выбора ответа. Это углубит контроль знаний студентов, а само тестирование приобретет обучающий характер.

Подготовка к тестированию предполагает также самостоятельную работу студентов: изучение материалов лекций, методических указаний по темам курса, ознакомление с глоссарием, приведенным в конце данного учебника, и с пояснениями перед каждым тестом.

Авторы

◎ **Цель изучения темы:** ознакомиться с сущностью, социально-экономическим значением и функциями общественного питания, классификацией торговых объектов общественного питания, их характеристикой, изучить формы и методы обслуживания потребителей и слагаемые качества общественного питания.

1.1. Социально-экономическое значение общественного питания и его функции

Питание является формой потребления. По мере развития общества питание все больше начинает носить общественно организованный характер, т.е. развивается общественное питание. В настоящее время можно выделить две **формы организации питания:**

- индивидуально организованное (домашнее) питание;
- общественное питание (в странах с рыночной экономикой употребляется также термин «массовое питание»).

В статье 10 Закона Республики Беларусь от 28.07.2003 г. № 231–З «О торговле» и в Государственном стандарте Республики Беларусь СТБ 1209–2005 «Общественное питание. Термины и определения» общественное питание рассматривается как вид торговли, включающий производство, переработку, реализацию, организацию потребления продуктов питания с оказанием либо без оказания сопутствующих услуг населению.

Система общественного питания республики при едином назначении функционирует в различных социально-экономических формах. Следует отметить различия понятий сферы общественного питания и отрасли общественного питания.

Сфера общественного питания включает все организационные формы массового питания (в детских домах, дошкольных учреждениях, больницах, торговых объектах общественного питания различных форм собственности и др.), задачами

которых являются восстановление и поддержание на должном уровне здоровья людей.

Отрасль общественного питания имеет своей главной целью предоставление услуг населению в форме общественно организованного питания в обмен на его денежные доходы. Для отрасли общественного питания характерна общность материально-технической базы, торгово-технологической и организационно-экономической структур. По оценкам специалистов, в домашних условиях готовится примерно 83 % пищи, а в торговых объектах общественного питания – примерно 17 %.

Социально-экономическое значение общественного питания выражается в создании условий для роста производительности и улучшения организации труда благодаря предоставлению полноценного горячего питания по месту работы и учебы населения; в обеспечении экономии общественного труда и средств; в создании предпосылок для увеличения свободного времени членов общества, особенно женщин.

Так, в промышленных организациях с хорошо развитой сетью столовых производительность труда, по оценкам социологов, на 7–8 % выше, чем в организациях, не имеющих столовых. Для сохранения здоровья работающих особое значение имеет организация диетического питания. Оно способствует увеличению отработанного времени в расчете на одного работника, сокращению потерь времени по болезни.

Затраты труда на приготовление пищи в домашних условиях примерно в 5–6 раз выше, чем в общественном питании. Так, в семье из четырех человек на приготовление пищи тратится 4 ч ежедневно.

Материальные затраты в общественном питании ниже, чем в домашнем питании, поэтому оно выгоднее обществу в целом. В среднем на приготовление одного обеда в столовых требуется примерно 300 г топлива в условном выражении, а для приготовления в домашних условиях – в три раза больше.

Работа в домашнем хозяйстве составляет у женщин примерно 20,8 %, у мужчин – 6,9 % вне рабочего времени. Бюджет времени на ведение домашнего хозяйства у женщин (116 ч) примерно равен бюджету свободного времени (120 ч). Между тем увеличение свободного времени является важной социальной задачей любого общества и одним из показателей качества жизни. Обеспечивая сокращение времени на приготовление кулинарной продукции и, как следствие, на домашний труд,

общественное питание способствует увеличению свободного времени.

В семье из трех человек при регулярном пользовании торговыми объектами общественного питания экономия времени составляет 900 ч в год, что соответствует сокращению рабочего дня на 1 ч. В республике социально-экономическое значение общественного питания возрастает в связи с тем, что происходит процесс уменьшения абсолютной величины семьи. Средний размер семьи – 2,5 человека.

Доля расходов населения на питание вне дома в общей сумме денежных расходов составляет в целом по республике 2,2 % (2,6 % – в городах и поселках городского типа и 0,9 % – в сельской местности).

Отрасль общественного питания выполняет три функции: производство готовой пищи; ее реализация; организация потребления. Исходной является функция производства, затраты труда на которую составляют 70–90 % всех затрат труда в отрасли.

В процессе производства на торговых объектах общественного питания создается новый продукт. Продукция собственного производства общественного питания поступает в реализацию с новыми потребительскими свойствами и дополнительной стоимостью.

Поскольку экономика основывается на товарно-денежных отношениях, организации общественного питания выполняют функцию реализации произведенной продукции и покупных товаров как стоимостей.

Питание является формой потребления, поэтому важная функция отрасли – организация потребления. По сочетанию функций организации общественного питания отличаются от организаций всех отраслей, в частности от торговли и пищевой промышленности. В пищевой промышленности изготавливают продукты питания, однако, как правило, использовать их можно после дополнительной технологической обработки. У продукции пищевой промышленности более длительные сроки хранения. Продукция общественного питания не подлежит длительному хранению и транспортировке, что требует организации потребления ее на месте.

Не вся продукция собственного производства общественного питания потребляется на месте. Многие организации об-

ществленного питания занимаются выпуском полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий, других видов продукции (макаронных изделий, фирменного хлеба, копченостей и т.д.) и реализацией их в розничную торговую сеть в порядке оптового отпуска. В этом случае выполняются лишь две функции: производство продукции и реализация.

При реализации покупных товаров населению (табачных, хлебулочных и кондитерских изделий промышленного производства) организациями общественного питания также выполняются только две функции: реализация и организация потребления.

По сочетанию функций общественное питание отличается от розничной торговли. В организациях розничной торговли осуществляется купля-продажа товаров. В общественном же питании при изготовлении продукции собственного производства выполняется также функция производства, а при реализации – еще и функция организации потребления.

1.2. Классификация торговых объектов общественного питания и их характеристика

Производство, реализация и организация продукции собственного производства и покупных товаров, оказание услуг населению осуществляются через сеть торговых объектов общественного питания. В 2005 г. утвержден Государственный стандарт Республики Беларусь СТБ 1209–2005 «Общественное питание. Термины и определения». Этим документом *торговый объект общественного питания* определяется как пункт производства, переработки, продажи продукции собственного производства, покупных товаров с оказанием либо без оказания сопутствующих услуг населению.

Все торговые объекты общественного питания можно классифицировать по следующим признакам:

- формам собственности (государственные и частные, в том числе принадлежащие потребительской кооперации, основанные на смешанной собственности, иностранные);
- типам объектов (столовая, ресторан, кафе, кафетерий, бар, кафе-бар, закусочная, бульбяная, буфет, магазин кулинарии, кулинарный комбинат, комбинат питания);
- специализации (общего типа и специализированные);
- наценочным категориям, отражающим совокупность отличительных признаков объекта определенного типа и ка-

чество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания (объекты высшей, первой, второй и третьей категории, а также категории люкс). Разработана Инструкция о порядке отнесения торговых объектов общественного питания к соответствующим наценочным категориям по уровню обслуживания потребителей. Она утверждена Приказом Министерства торговли Республики Беларусь от 8 января 2004 г. № 1. Третья категория присваивается торговым объектам общественного питания, связанным с обслуживанием определенных контингентов потребителей и расположенных при школах, на стройках, в промышленных организациях. Органы образования, промышленные организации обязаны бесплатно предоставлять для организации питания помещение, оборудование, оплачивать коммунальные услуги;

- организации торгово-технологического процесса (объекты непосредственного обслуживания, централизованного производства и комплексные);

- мобильности (стационарные и нестационарные, в том числе передвижные);

- завершенности производственного процесса (торговые объекты общественного питания с кухней и без кухни — договорочные);

по обслуживаемым контингентам потребителей (общедоступные объекты и объекты общественного питания закрытой сети, т.е. расположенные в местах приложения труда и связанные с обслуживанием определенного контингента потребителей — школьников, рабочих).

Требования к архитектурно-планировочным решениям, оформлению, мебели, столовой посуде, приборам, белью для каждого типа торговых объектов общественного питания различных наценочных категорий определены в Инструкции по классификации торговых объектов общественного питания, утвержденной Постановлением Министерства торговли Республики Беларусь от 8 января 2004 г № 1.

Наиболее распространенный тип торговых объектов общественного питания — столовая (74 % всей сети). *Столовая* — это торговый объект общественного питания, предназначенный для приготовления и реализации с потреблением на месте разнообразных по дням недели завтраков, обедов, ужинов, а также отпуска их на дом. Таким образом, характерным признаком столовых является наличие в меню полного рациона пита-

ния. Столовые могут быть 2-й и 3-й наценочной категории. В них применяется самообслуживание. Могут использоваться комплексные меню. Может функционировать столовая-раздаточная. Она предназначена для реализации кулинарных изделий и покупных товаров, получаемых от других торговых объектов общественного питания.

Приготовление и реализация блюд диетического питания может осуществляться диетическими столовыми.

Ресторан является наиболее комфортабельным торговым объектом общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, алкогольных, табачных и кондитерских изделий, покупных товаров с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией досуга. Заказное блюдо – это блюдо, требующее индивидуального приготовления и оформления после получения заказа от потребителя. К фирменным блюдам относят блюда, которые приготовлены на основе новой рецептуры и технологии или нового вида сырья. Эти блюда отражают специфику данного торгового объекта общественного питания. Они должны отличаться оригинальным оформлением, удачно сочетать продукты по вкусовым свойствам. Обслуживание в ресторанах осуществляется высококвалифицированными официантами.

Рестораны могут иметь следующие наценочные категории: люкс, высшую, первую и вторую. В зависимости от наценочной категории установлены требования к ресторанам по материально-техническому оснащению (мебель, посуда, столовое белье и приборы), по оформлению интерьера зала, рекламе, ассортименту (удельный вес заказных и фирменных блюд в меню). Рестораны «МакДональдс» на наценочные категории не подразделяются.

Рестораны могут специализироваться по ассортименту реализуемой продукции (охотничий, с национальной кухней и т.д.).

Перспективной разновидностью ресторанов являются рестораны быстрого обслуживания, которые предназначены для изготовления блюд несложного приготовления постоянного ассортимента с использованием полуфабрикатов промышленного и (или) собственного производства, покупных товаров, и быстрой реализации с организацией потребления на месте и на вынос.

Кафе – торговый объект общественного питания по организации питания и досуга потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента кулинарной продукции. В зависимости от ассортимента реализуемой продукции кафе делятся на торговые объекты общего типа и специализированные.

Кафе общего типа – торговый объект общественного питания с широким ассортиментом горячих и прохладительных напитков, хлебобулочных и кондитерских изделий, блюд и кулинарных изделий несложного приготовления, кисломолочных продуктов. Как правило, кафе присваивается высшая, первая или вторая категория. Требования, предъявляемые к кафе общего типа соответствующих категорий, близки к требованиям к ресторанам соответствующих категорий. В их меню должны присутствовать заказные и фирменные блюда.

Специализированные кафе различаются либо по ассортименту реализуемой продукции (кафе-кондитерская, кафе-мороженое, кафе-бульбяная), либо по специфике обслуживания и контингенту потребителей (детское кафе, молодежное кафе, школьное кафе, видео-кафе, интернет-кафе). Например, в интернет-кафе наряду с реализацией кулинарной продукции и покупных товаров предоставляются интернет-услуги.

К типу кафе можно также отнести *кафетерии (кафе-отделы)*. В Государственном стандарте Республики Беларусь СТБ 1209–2005 кафетерий определяется как торговый объект общественного питания, предназначенный для реализации с потреблением на месте ограниченного ассортимента продукции, не требующей сложного приготовления, покупных товаров (горячих и прохладительных напитков, соков, бутербродов, кондитерских изделий, некоторых других продуктов). Кафетерии в основном организуются при магазинах.

В весенне-осенний период могут функционировать *мини-кафе* и *летние (сезонные) кафе*. Они имеют узкий ассортимент продукции собственного производства и покупных товаров, размещаются в сооружениях закрытого, полужакрытого типов и оборудованы на базе киосков, павильонов, передвижных средств. Для обслуживания потребителей используется мебель (столы, стулья).

Бар – торговый объект общественного питания с барной стойкой, реализующий различные напитки, закуски, мучные, кондитерские и булочные изделия, покупные товары. Он пре-

доставляет посетителям максимальный уровень комфорта. Бары являются специализированными объектами. Они могут различаться по ассортименту реализуемой продукции или способу ее приготовления (пивной, молочный, кофейный, гриль-бар, фито-бар, коктейль-бар, коктейль-холл, винный, кофейный), или по специфике обслуживания посетителей (видео-бар, варьете-бар, интернет-бар, бильярд-бар, диско-бар). Бары могут функционировать как самостоятельные объекты или при других торговых объектах общественного питания (например, ресторанах). Обычно им присваивается категория люкс, высшая или первая. Обслуживание в барах производится барменами, а в залах большой вместимости – официантами.

Сочетание кафе и бара представляет собой такой тип торгового объекта общественного питания, как *кафе-бар*. В нем имеется барная стойка и реализуется разнообразный ассортимент кулинарной продукции, горячих напитков, мучных, кондитерских и булочных изделий.

Закусочная – это торговый объект общественного питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления из определенного вида сырья, предназначенный для быстрого обслуживания потребителей. В основном все закусочные являются специализированными. Они относятся к первой или второй наценочной категории. В закусочных применяется самообслуживание, за исключением шашлычных, где обслуживание осуществляют официанты.

Можно выделить такие виды специализированных закусочных, как шашлычная, котлетная, сосисочная, пельменная (вареничная), пирожковая, блинная, чайная, пиццерия, пышечная (пончиковая), чебуречная, бутербродная (рюмочная), кофейня и др. Например, к закусочным относится «Белорусское бистро». В его меню включены такие национальные белорусские блюда, как драники, белорусские пирожки с мясом, фаршированные клецки, картофельные пирожки с капустой, яйцами и луком, картофель, фаршированный в фольге, угорь с маслом, гусиный паштет на гренке, рулет, клюквенный морс, сладкие блюда.

По своей сути закусочной является и *бульбяная*. В Государственном стандарте Республики Беларусь СТБ 1209–2005 она определяется как торговый объект общественного питания, специализирующийся на приготовлении и реализации с потреблением на месте блюд белорусской национальной кухни с использованием картофеля.

Особенности закусочных заключаются в том, что они работают преимущественно с использованием полуфабрикатов, имеют узкий ассортимент продукции и являются небольшими по размеру. В них используется как обычная мебель, так и высокие столы для еды стоя. Если закусочной присвоена первая категория, то в меню включаются заказные и фирменные блюда. В закусочных может применяться разовая посуда.

Производство и реализация кулинарной продукции, хлебо-булочных и мучных кондитерских изделий может осуществляться через торговые автоматы. Такой торговый объект общественного питания называется *закусочная (кафе)-автомат*.

Буфеты представляют собой торговые объекты общественного питания, предназначенные для реализации с потреблением на месте ограниченного ассортимента кулинарных, кондитерских изделий, покупных товаров. Они могут функционировать как самостоятельные объекты либо при других торговых объектах общественного питания (ресторанах, столовых). В последнем случае категория буфета должна соответствовать категории того объекта, при котором он расположен. Буфеты бывают первой, второй и третьей наценочной категории. Обслуживание в буфетах осуществляется буфетчиком. Допускается использование разовой посуды.

Закусочные, кафетерии, рестораны быстрого обслуживания, мини-кафе, летние (сезонные) кафе относятся к **объектам быстрого обслуживания**.

Главное преимущество таких объектов – скорость обслуживания. Например, в ресторанах «МакДональдс» максимальное расчетное время обслуживания посетителя в торговом зале составляет не более 5 мин. Дополнительными привлекающими факторами таких объектов являются наглядность процесса приготовления, использование одноразовой посуды и приборов, что позволяет сэкономить площади и обеспечить соблюдение требований гигиены, а также организовывать различные рекламные акции. Социальными факторами, способствующими развитию объектов быстрого питания, прежде всего в городах, является появление большого числа мобильных, активно работающих людей.

Как у нас в стране, так и за рубежом сеть объектов быстрого обслуживания в последние годы растет. Так, в США их удельный вес составляет свыше 37 %. Объекты быстрого обслуживания за рубежом широко используют полуфабрикаты, ва-

куумированные и стерилизованные блюда, быстрозамораживаемые полуфабрикаты и готовые блюда, посуду разового использования.

В системе общественного питания организуются также *магазины (отделы) кулинарии*. Это торговые объекты общественного питания, реализующие населению кулинарную продукцию, хлебобулочные и кондитерские изделия, соленья, квашения, покупные товары. Магазины кулинарии размещаются на территории промышленных организаций, в составе комбинатов общественного питания, объединяющих в одном здании несколько торговых объектов общественного питания. Обычно они рассчитаны на 2–4 рабочих места.

Комбинат общественного питания — производственно-хозяйственный комплекс, состоящий из заготовочных и доготовочных объектов общественного питания с единым технологическим процессом приготовления продукции, а также из магазинов кулинарии и вспомогательных служб. В состав комбината в системе Белкоопсоюза обычно входят столовая, ресторан или кафе, магазин кулинарии, бар, один или несколько цехов по выпуску полуфабрикатов, кондитерских изделий. Как правило, комбинаты общественного питания являются головными объектами унитарных предприятий общественного питания в системе потребительской кооперации.

Кулинарный комбинат — это заготовочный объект. Заготовочные объекты (цеха) общественного питания предназначены для централизованного производства кулинарной продукции, хлебобулочных и кондитерских изделий и снабжения ею доготовочных объектов, магазинов (отделов) кулинарии, розничной торговой сети. При кулинарных комбинатах обычно имеются кафетерии и магазины кулинарии. Разновидностью кулинарного комбината является *школьная кулинарная фабрика*. Это заготовочный объект общественного питания, предназначенный для изготовления продукции собственного производства, входящей в рацион питания школьников, и снабжения ею и другими товарами школьных столовых и буфетов.

Для обслуживания пассажиров питанием в пути и оказания дополнительных услуг используются такие типы торговых объектов общественного питания, как *вагон-ресторан, купе-бар, купе-буфет, цех бортового питания*.

В гостиничном номере могут оборудоваться *мини-бары*, предназначенные для реализации алкогольных и безалкогольных напитков, соков, кондитерских изделий.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
1. ЭКОНОМИКО-ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	5
1.1. Социально-экономическое значение общественного питания и его функции.	5
1.2. Классификация торговых объектов общественного питания и их характеристика.	8
1.3. Методы и формы обслуживания потребителей и оказания услуг	17
1.4. Особенности организации школьного питания.	22
1.5. Качество общественного питания как фактор конкуренто- способности организации и его составляющие	25
1.6. Тенденции развития общественного питания	29
Контрольные вопросы	33
Тесты	34
2. ПРОДУКЦИЯ И ТОВАРООБОРОТ ОРГАНИЗАЦИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	38
2.1. Показатели товарооборота и выпуска продукции в обществен- ном питании	38
2.2. Информационная база, задачи и общая схема проведения анализа товарооборота общественного питания.	44
2.3. Методика расчета численности населения, пользующегося услугами общественного питания.	48
2.4. Общая оценка выполнения плана и динамики товарооборота общественного питания	50
2.5. Анализ средней продажной цены одного блюда и структуры расхода сырья	58
2.6. Факторы, определяющие объем и состав товарооборота, мето- дика их количественной оценки	64
2.7. Расчет экономических границ деятельности организации на плановый период	71
2.8. Целевой подход к обоснованию расчетного объема товаро- оборота на плановый период	76
2.9. Ресурсный подход к обоснованию плана товарооборота общественного питания	79
2.10. Методы планирования выпуска блюд	82
2.11. Планирование потребности в сырье для выполнения произ- водственной программы	87
2.12. Планирование запасов сырья и товаров	90

2.13. Пути роста товарооборота общественного питания в современных условиях	93
Контрольные вопросы	96
Тесты	97
3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.	103
3.1. Понятие материально-технической базы общественного питания	103
3.2. Информационная база, задачи и методика анализа состояния и развития материально-технической базы	104
3.3. Методика анализа экономической эффективности использования материально-технической базы	110
3.4. Планирование развития сети торговых объектов общественного питания.	122
3.5. Пути повышения эффективности использования материально-технической базы общественного питания	127
Контрольные вопросы	133
Тесты	134
4. ТРУД В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ, ЕГО ОПЛАТА И СТИМУЛИРОВАНИЕ.	138
4.1. Тарифная система оплаты труда в общественном питании.	138
4.2. Виды и порядок установления доплат и надбавок в общественном питании	141
4.3. Разновидности сдельной оплаты труда в общественном питании. Порядок обоснования норм выработки и сдельных расценок	148
4.4. Анализ показателей по труду и заработной плате	163
4.5. Оценка обоснованности роста средней заработной платы в организации	182
4.6. Планирование показателей по труду и заработной плате	187
Контрольные вопросы	198
Тесты	198
5. РАСХОДЫ ОРГАНИЗАЦИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ. ..	204
5.1. Особенности состава и классификация затрат в общественном питании	204
5.2. Информационная база, задачи и общая схема анализа расходов общественного питания	205
5.3. Методика количественной оценки факторов, влияющих на уровень расходов общественного питания	207
5.4. Анализ расходов по отдельным статьям	222
5.5. Планирование расходов общественного питания	227
5.6. Пути повышения эффективности использования текущих затрат	237
Контрольные вопросы	240
Тесты	241

6. ДОХОДЫ И ПРИБЫЛЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	245
6.1. Источники дохода организаций общественного питания	245
6.2. Информационная база, задачи и подготовка к анализу дохода в общественном питании	248
6.3. Общая схема и методика анализа дохода	251
6.4. Анализ использования дохода	268
6.5. Комплексная оценка влияния состава товарооборота на конечные финансовые результаты	272
6.6. Планирование дохода	275
6.7. Прибыль и рентабельность организации общественного питания	280
6.8. Информационная база, задачи и методика анализа прибыли и рентабельности в общественном питании	286
6.9. Методы планирования прибыли в общественном питании	292
Контрольные вопросы	300
Тесты	301
7. ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЪЕКТОВ, РАБОТАЮЩИХ В УСЛОВИЯХ ВНУТРЕННЕГО ХОЗРАСЧЕТА	306
7.1. Сущность и разновидности внутреннего хозрасчета в общественном питании	306
7.2. Внутрихозяйственный арендный подряд. Содержание договора арендного подряда	309
7.3. Состав и порядок обоснования арендной платы. Формы арендного платежа	313
7.4. Порядок определения расчетного дохода и составления финансового плана арендатора	318
7.5. Порядок расчета реализованного дохода арендатора	322
7.6. Расчет арендной платы при сдаче в аренду помещений и обслуживания сторонним лицам	325
Контрольные вопросы	325
Тесты	326
8. КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	328
8.1. Сущность и критерий эффективности общественного питания	328
8.2. Совокупная оценка результатов, ресурсов и система показателей социально-экономической эффективности организаций общественного питания	329
8.3. Анализ экономической эффективности в общественном питании	336
8.4. Анализ социальной эффективности общественного питания	342

8.5. Пропорции интенсивного развития организации. Использование матрицы оценки взаимосвязи экономических показателей для проведения экспресс-анализа эффективности	346
8.6. Методические подходы к разработке стратегии и комплексному планированию эффективности в организациях общественного питания.	351
8.7. Виды ограничений в деятельности организации общественного питания и их учет в планировании эффективности	355
8.8. Планирование пропорций интенсивного развития и обобщающих показателей экономической эффективности	361
Контрольные вопросы	368
Тесты	369
Глоссарий	370
Ответы на тесты	377
Литература	378

Учебное издание

Емельянова Татьяна Владимировна

Кравченко Валентина Петровна

**ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Учебник

Редактор *П.И. Новодворский*

Художественный редактор *В.А. Ярошевич*

Технический редактор *Л.И. Счисленок*

Корректор *В.П. Шкредова*

Компьютерная верстка *Е.А. Котлинский, И.С. Оликсевич*

Подписано в печать 03.2007. Формат 84×108/32. Бумага офсетная. Гарнитура «Нимбус».
Офсетная печать. Усл. печ. л. 20,16 . Уч.-изд. л. . Тираж 2000 экз. Заказ .

Республиканское унитарное предприятие «Издательство “Вышэйшая школа”».
ЛИ № 02330/0131768 от 06.03.2006. 220048, Минск, проспект Победителей, 11.

www.vshph.com

Открытое акционерное общество «Барановичская укрупненная типография».
225409, Барановичи, ул. Советская, 80